

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Kedai Ini Kopi)

SKRIPSI

*Untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar
Sarjana Manajemen*



Disusun Oleh:

DIMAS RIZAL ARISKA

Nomor Pokok : K.2016.1.33992

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEWARA**

MALANG

2019

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Kedai Ini Kopi)

SKRIPSI

*Untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar
Sarjana Manajemen*



Oleh:

DIMAS RIZAL ARISKA

K.2016.1.33992

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2019

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA
KEDAI INI KOPI)

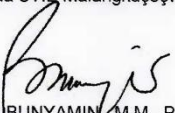
Oleh :
DIMAS RIZAL ARISKA
K.2016.1.33992

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :
02 September 2020 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,
Dosen Pembimbing
ttd
Drs. HARIYANTO , M.Si.

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuçewara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 11 Agustus 2020



Mahasiswa

Dimas Rizal Ariska

NPK: K.2016.1.33992



INI KOPI MALANG

Jl. Candi Trowulan No. 67,
Malang, 65142

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Triadi Setawan
Jabatan : Pemilik Ini Kopi Malang

Menerangkan bahwa,

Nama : Dimas Rizal Ariska
NPK : K.2016.1.33992
Jurusan : Manajemen
Universitas : STIE Malangkuççwara
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Ini kopi Malang)

Mahasiswa di atas, benar-benar telah melakukan penelitian di ini Kopi Malang Jl. Candi Trowulan No.67, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang.

Demikian surat ini kami buat dengan sebenar-benarnya, dan digunakan untuk semestinya.

Malang, 11 Agustus 2020

Pemilik Ini kopi Malang


INI KOPI
Triadi Setawan

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Drs. Hariyanto, M.Si. Selaku dosen pembimbing
2. Dra. Lindananti, MM, Ketua Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara Malang.
3. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D, Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara Malang.
4. Bapak ibu para dosen S-1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara Malang.
5. Bapak Triadi Setiawan, Pemilik "Ini Kopi". Beserta para pegawainya.
6. Adi Ristanto dan Nur Khasana, orang tua peneliti.
7. Indra Maulana, S.E. teman peneliti.

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut berperan serta dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.

Malang, 11 Agustus 2020
Peneliti,

Dimas Rizal Ariska
K.2016.1.3399

ABSTRAK

Oleh:
Dimas Rizal Ariska

Judul: PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Kedai Ini Kopi)

Banyaknya kedai, dapat diketahui bahwa akan semakin tajam persaingan di dalam dunia kopi. Oleh sebab itu diperlukan strategi untuk menaikkan sebuah nama kedai untuk bersaing dan mengungguli dari pesaing lain. Untuk dapat bersaing di pasaran maka sebuah kedai harus menciptakan, berinovasi, dan menyajikan kebutuhan konsumen. Dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut bauran pemasaran adalah salah satu strategi yang dirancang untuk menghasilkan keuntungan tersebut. Di mana di dalamnya dipengaruhi oleh produk, harga, tempat, dan promosi. Bauran pemasaran menggambarkan seluruh unsur pemasaran yang berguna untuk mencapai sasaran perusahaan. Populasi dari penelitian ini meliputi pelanggan "Ini Kopi". Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden dengan menggunakan accidental sampling. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun secara parsial variabel produk dan harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta variabel harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Pemasaran, Bauran pemasaran, Keputusan pembelian

ABSTRACT

By:

Dimas Rizal Ariska

Title: THE EFFECT OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISIONS
(Study At This Coffee Shop)

The number of stalls, it can be seen that there will be increasingly sharp competition in the world of coffee. Therefore a strategy is needed to raise a shop's name to compete and outperform other competitors. To be able to compete in the market, a shop must create, innovate, and present the needs of consumers. In order to realize these objectives the marketing mix is one of the strategies designed to generate these profits. Wherein it is influenced by the product, price, place and promotion. The marketing mix describes all marketing elements that are useful for achieving company goals. The population of this study includes customers of this Kopi. The sample used in this study were 50 respondents using accidental sampling.

Based on the results of research and analysis of data about the influence of the marketing mix on purchasing decisions, it can be concluded that the marketing mix (product, price, location, and promotion) simultaneously influences the purchase decision. As for the partial product and price variables that affect purchasing decisions, as well as price variables have a dominant effect on purchasing decisions.

Keywords: Marketing, Marketing mix, Purchasing decision

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah dan selawat serta salam kepada nabi Muhammad *shallallahu alaihi wasallam*. Segala puji bagi Allah atas pertolongannya, peneliti bisa menyelesaikan penelitian dan penyusunan laporan penelitian dengan judul **“Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kopi di "Ini Kopi" blimbing malang”** ini dengan baik.

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi: Pengertian pemasaran, konsep pemasaran, perilaku konsumen, strategi pemasaran, dan bauran pemasaran.

Peneliti menyadari banyak keterbatasan dari banyak sisi dalam membuat laporan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan masukan kritik dan saran yang positif untuk memperbaiki skripsi ini.

Demikian yang bisa saya sampaikan, saya akhiri kata pengantar ini dengan harapan semoga laporan skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak.

Malang, 11 Agustus 2020
Peneliti,

Dimas Rizal Ariska
K.2016.1.33992

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
LEMBAR PERNYATAAN ORIENTALIS.....	II
SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	III
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	IV
UCAPAN TERIMA KASIH	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian.....	3
1.4 Manfaat penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian pemasaran	5
2.1.2 Konsep pemasaran	5
2.1.3 Perilaku konsumen.....	7
2.1.4 Strategi pemasaran.....	10
2.1.5 Bauran pemasaran.....	11
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka pemikiran	27
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis penelitian.....	30
3.2 Populasi dan sampel	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Variabel dan Pengukuran.....	31
3.3.1. Variabel bebas	31
3.3.2. Variabel terikat	32
3.4. Metode pengumpulan data.....	32
3.4.1 Kuesioner	32
3.4.2 Dokumen	33
3.4.3 Observasi.....	33

3.5	Metode Analisis	34
3.5.1.	Uji instrumen	34
3.5.2	Uji asumsi klasik	34
3.5.3	Uji Hipotesis	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Umum kedai kopi Ini Kopi	38
4.1.1	Bahan baku	38
4.1.2	Teknik produksi	38
4.1.3	Pengemasan	38
4.1.4	Distribusi dan pemasaran	38
4.2	Gambaran Umum Responden	39
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.3	Analisa data	40
4.3.1	Uji instrumen	40
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	40
4.3.3	Uji Hipotesis	44
BAB V	PENUTUP	48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran	48
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 0.2 :Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 0.3 :Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 0.4 : Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 0.5 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 0.6 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 0.7 : Hasil Uji Autokorelasi	43
Tabel 0.8 : Hasil Uji t Parsial.....	44
Tabel 0.9 : Hasil Uji F Simultan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 0.1 : Proses pengambilan keputusan pembelian	9
Gambar 0.2 : Bauran pemasaran	11
Gambar 0.3 : Saluran Pemasaran Barang Konsumsi	25
Gambar 0.4 : Kerangka pikir	28
Gambar 0.5 : Model Hipotesis	28
Gambar 0.6 : Curva Perbandingan Nilai t	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1 Kartu Bimbingan Skripsi	52
Lampiran-2 Kuesioner Penelitian	55
Lampiran-3 Tabulasi Data.....	58
Lampiran-4 Hasil SPSS	60